

De México a Canadá: realizan misión comercial para pymes potosinas



Marlenne Barajas Agundis y Gabriela Fernández Infante, alumnas de la [Lic. en Negocios Internacionales \(LIN\)](#) del [Tec campus SLP](#), representaron a **Viña Cordelia** y **Mezcal Patatús** en Canadá para **negociar relaciones comerciales** con **posibles clientes**.

De acuerdo con Mónica Sandoval, directora de **LIN**, el **reto** consistió en realizar un **plan de comercialización** para exportar los productos de los [socios formadores](#) al mercado de **Canadá**, específicamente a la ciudad de **Montreal**.

La **concentración** se impartió en Agosto - Diciembre 2022 con [Mezcal Patatús y Viña Cordelia](#), **empresas potosinas** especialistas en la producción y comercialización del mezcal y el vino.

En el [Modelo Educativo Tec21](#), una **concentración** consiste en un reto desarrollado en colaboración con un **socio formador** (una **empresa**). Permite a los **estudiantes especializarse** en un **área** de su **carrera**, o de **otras relacionadas**.

La clase se dividió en **dos equipos multidisciplinarios** (uno para cada socio formador), pues los estudiantes eran además de **Finanzas, Mercadotecnia, y Estrategia y Transformación de Negocios**.



/> width="900" loading="lazy"> La estrategia para exportar

Mónica dividió el **plan de comercialización en 5 fases**. La primera fue la **investigación de mercado**, pues los estudiantes tuvieron que **conocer y definir** con mayor claridad su **mercado meta**, así como a los **competidores**.

La segunda fue la parte **legal**, en la que se consideraron las **regulaciones del sector de bebidas alcohólicas en Canadá**, los **tratados comerciales** entre ambos países, **impuestos para exportar**, etc.

En la **tercera** se revisó la parte **logística**: **¿cómo se haría llegar el producto al cliente?** También se desarrolló el **plan de marketing**: **¿cómo se vendería el producto?**, **¿qué adaptaciones** se harían a la **etiqueta?**, etc.

"El reto traspasó más de una frontera..."

Y finalmente, en la **quinta** se determinó el **precio final**, considerando el **tipo de cambio**, la **logística**, y otros **costos adicionales**.

Para fortalecer el **plan de exportación**, visitaron empresas y organizaciones como el [Consejo Mexicano de Comercio Exterior \(COMCE\)](#) o el [Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación \(INDEX\)](#).

Platicaron con **el gobierno de Canadá**, e incluso visitaron la **embajada** de este país en la **Ciudad de México**. El reto traspasó **más de una frontera**, pues también lo presentaron a estudiantes de la **Universidad de Manizales, de Colombia**.



/> width="900" loading="lazy"> **La experiencia en Canadá**

Los momentos clave del **reto** fueron las **citas virtuales y presenciales** con **posibles clientes de Canadá**. Los alumnos tuvieron que hacer una **base de datos de 50 contactos** para presentarles los **productos**.

Marlenne citó a diferentes **consultores, empresarios, funcionarios públicos, y mexicanos** que se dedican a la **industria de los alcoholes** en Montreal; incluso se reunieron con el **cónsul de México** en esa ciudad, Alejandro Estivill.

Mencionó que la preparación para irse fue complicada, pues tuvo que dominar una gran cantidad de **información**.

*“Los socio formadores nos invitaron a **recorridos dentro de la mezcalera...**” - Marlenne Barajas*

*“Los socio formadores nos invitaron a recorridos dentro de la mezcalera, a eventos en los que aprendimos a hacer una **cata de mezcal**, la historia de la empresa, la diferencia entre un mezcal y otro”, etc.*

En el viaje se encontraron con **Olga Aguirre**, empresaria **de importación** con la **Sociedad de Alcoholes de Quebec (SAQ)**, y les presentó una propuesta para **lanzar el producto** en un **salón de vino**, evento en el que se **exponen estos productos**.

“Fue increíble toda la seguridad que te brindaron las personas a las que les presentaste cuando te ayudaron a conocer tu producto”, añadió Marlenne.

Retos y trabajo en equipo

Ambas coincidieron en que **lo más retador** fue conseguir las **citas**. Sin embargo, lograron manejarlo gracias a la **sinergia y buena comunicación** que hubo entre los equipos.

“Realmente se trabajó como un equipo, como si fuéramos uno solo, y aparte cada uno tiene habilidades y experiencias muy diferentes, y eso enriqueció mucho... cada uno sacó su mejor versión”, mencionó.



/> width="900" loading="lazy">

También destacó el **apoyo** de todos los **profesores**, no sólo de la **concentración**, sino también de **externos** y otros de la **Escuela de Negocios**, así como el **alto compromiso** de los **socios formadores**.

Más allá de las fronteras

Además del **valor curricular** y de los **múltiples aprendizajes académicos y profesionales**, Marlenne resaltó el **conocimiento intrapersonal** que pudo lograr.

“Te das cuenta de lo que eres capaz, de la confianza que te tienes a ti misma, y de todo lo demás que puedes realizar estando ya en el mundo real”.

Por su parte, Mónica Sandoval afirmó que una de las expectativas era la **satisfacción de los socios formadores**, la cual se logró de **manera exitosa** con los **múltiples contactos y negociaciones** que les proporcionaron para **ayudarles a crecer**.

“Lo más importante de estos proyectos del Modelo Tec21 es aprender haciendo, aprender en la vida real”.

“Lo más importante de estos proyectos del modelo Tec21 es aprender haciendo, aprender en la vida real”. - Mónica Sandoval

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: